IX. Jahrgang

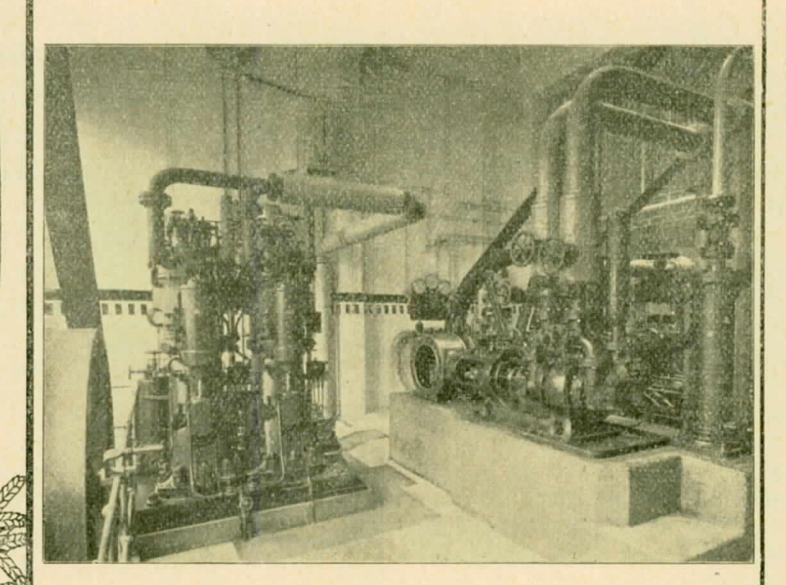
9. Oktober 1909

No. 41

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbands schweiz. Konsumvereine

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.



Die neue Molkerei des A. C. V. in Basel.

Im Maschinenraum.

(Siehe den Artikel in Nr. 35 des „Schweiz. Konsumverein".)

Redaktion u. Administration: Basel Thiersteinerallee 14

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—12 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.— per Jahr, Fr. 2.50 per 6 Monate ins Ausland unter Kreuzband Fr. 6.50 per Jahr.

Verlag: Verband schweizer. Konsumvereine

ch. H. B. M. Basel.

A. Wagen, Basel 1903.

Verband schweizerischer Konsumvereine
Kreis V, Vorort Steffisburg.

Kreiskonferenz

Sonntag den 24. Oktober 1909, vormittags 10 Uhr, im Café „Steinbock" in Thun.

Traktanden:

1. Protokoll und Appell.
2. Eigenproduktion und Eigenpackung. | Referent: Herr E. Schwarz, Verwalter des V. S. K.
3. Instruktion über Warenbehandlung, verbunden mit Warenausstellung. | Referent: Herr E. Schwarz, Verwalter des V. S. K.
4. Besprechung betr. Errichtung einer Bäckerei für die Konsumvereine von Thun und Umgebung.
5. Festsetzung der nächsten Kreiskonferenz.
6. Allgemeine Umfrage und Verschiedenes.

Werte Genossenschafter! Angesichts der wichtigen Traktanden erwarten wir von Seite der Vorstände und Betriebskommissionen, sowie der Angestellten eine vollzählige Beschickung dieser Konferenz, namentlich mit Rücksicht auf Traktanden Nr. 2 und 3. Um 12 Uhr findet ein gemeinschaftliches Mittagessen statt. Wir ersuchen um Angabe der Teilnehmerzahl bis längstens den 20. Oktober a. c.

Mit genossenschaftlichem Gruß!

Für den Kreisvorstand V:

Der Präsident: **A. Gerber.** Der Sekretär: **G. Schweizer.**

Verband schweizerischer Konsumvereine
Kreis XX, Vorort Vevey.

Kreiskonferenz

Sonntag den 10. Oktober 1909, vormittags 10 Uhr, im Hotel Bahnhof, I. Stock, in Vevey.

Traktanden:

1. Appell.
2. Wahl des Bureau.
3. Eigenpackung und Eigenproduktion. Referent: Herr E. Schwarz, Mitglied der Verwaltungskomm. des V. S. K.
4. Die genossenschaftliche Presse. Referent: M. Fallet, Verbandssekretär.
5. Warenbericht. Referent: Herr E. Schwarz.
6. Errichtung eines Lagerhauses in der Westschweiz.
7. Besprechung betr. der zu treffenden Maßnahmen gegen das Vorgehen des Vereins schweiz. Geschäftsreisender.
8. Wahl des nächsten Versammlungsortes.
9. Verschiedenes.

Der V. S. K. wird an dieser Kreiskonferenz eine Ausstellung seiner eigenen Verpackungen arrangieren.

Mit genossenschaftlichem Gruß!

Für den Kreisvorstand XX:

Der Präsident: **Alex. Zahnd.** Der Sekretär: **H. Maillard.**

Programm: 9½ Uhr: Kollation im Hotel Bahnhof, I. Stock. 10 Uhr präzis: Eröffnung der Kreiskonferenz. 12½ Uhr: Mittagessen zu Fr. 2. 50 ohne Wein. — Nach Schluß der Konferenz Besichtigung der Gebäude der Société coopérative de consommation „La Ménagère".

N.B. Um die genaue Teilnehmerzahl für das Mittagessen zu ermitteln, ersuchen wir die Herren Vorstände, die Anzahl ihrer Delegierten dem Präsidenten bis spätestens 8. Oktober mitteilen zu wollen.

Verband schweiz. Konsumvereine.

An die

Tit. Vorstände der Verbandsvereine.

Auf Wunsch mehrerer Vereinsverwaltungen haben wir auf

Sonntag den 31. Oktober 1909, vormittags 11 Uhr, im kleinen Saal des Hotel „Konkordia" in Luzern

eine Konferenz derjenigen Vereinsverwaltungen, die sich mit der Vermittlung von Milch beschäftigen, oder diesen Geschäftszweig in absehbarer Zeit einzuführen gedenken, in Aussicht genommen.

Als Traktanden sind vorgesehen:

1. Eröffnung der Versammlung.
2. Wahl eines Tagespräsidenten.
3. Referat des Herrn J. Flach, Verwalter des Konsumvereins Winterthur: „Die Milchvermittlung durch Konsumgenossenschaften".
4. Referat des Herrn Dr. Leo Müller, Verwalter der Molkerei des A. C. V. in Luzern: „Gemeinsames Vorgehen der Konsummolkereien beim Milchkauf, eventuell Zentralisierung des Milcheinkaufs".
5. Diskussion und eventuelle Beschlußfassung.

Wir bitten diejenigen Vereinsverwaltungen, welche an der Konferenz teilzunehmen gedenken, uns bis längstens den 25. crt. die Zahl der Delegierten aufzugeben und uns mitzuteilen, ob dieselben an einem gemeinsamen Mittagessen teilnehmen wollen.

Anläßlich dieser Konferenz ist auch eine Besichtigung des neuen Milchgeschäftes des A. C. V. Luzern möglich.

Wir hoffen, es werde diese Konferenz zahlreich beschickt werden.

Mit genossenschaftlichem Gruße!

Die Verwaltungskommission des V. S. K.

Basel, den 5. Oktober 1909.

NB. Spezielle Einladungszirkulare werden nicht versandt.

Genossenschaftliches Volksblatt.

Inhalt der Nr. 40 der Wochenausgabe vom 8. Okt. 1909.

Schweiz. Konsum-Verein.
Organ des Verbands schweiz. Konsumvereine.

IX. Jahrgang. Basel, den 9. Oktober 1909. Nr. 41.

Genossenschaftliche Kämpfe in Schweden.

W. Der schwedische Genossenschaftsbund verband mit seinem diesjährigen Genossenschaftstage die Feier seines 10=jährigen Bestehens. Ein Abend der Kongreßtage war für diese Feier bestimmt, die einen einfachen, aber würdigen Verlauf nahm. Wer die schwedische Genossenschaftsbewegung in den letzten Jahren verfolgt hat, muß den schwedischen Genossenschaftern ein hohes Lob erteilen für ihr mutiges Kämpfen zur Förderung und Verteidigung des Genossenschaftsgedankens gegen alle feindlichen Angriffe, denen er Jahr für Jahr ausgesetzt gewesen ist. Viele Genossenschaften, die während einer Reihe von Jahren eine fruchtbare Tätigkeit entfalteten, haben diesen Angriffen nicht standhalten können und sind wieder eingegangen.

Dies war auch der Fall mit den Konsumvereinen „Pan" in Malmö, „Fram" in Gothenburg und dem Arbeiterkonsumverein in Stockholm, welche im Frühjahr 1899 die damals bestehenden schwedischen Konsumgenossenschaften zu einer Zusammenkunft einluden, um die Wünschbarkeit der Gründung eines Genossenschaftsverbandes zur besseren Wahrnehmung der gemeinschaftlichen Interessen zu beraten. Die Initianten legten der ersten Versammlung, welche am 4.—6. September in Stockholm stattfand, und an der 44 Delegierte von 42 Genossenschaften mit 8,875 Mitgliedern teilnahmen, einen Statutenentwurf vor. Auf Grund dieser Statuten beschlossen die Delegierten die Gründung eines Verbandes und setzten einen siebengliedrigen Vorstand ein.

Seinen ersten Genossenschaftstag hielt dieser junge Verband im Juni des Jahres 1900 unter einer Beteiligung von 36 Delegierten, welche 34 Organisationen vertraten, ab. Der Vorstand erstattete den ersten Jahresbericht und teilte mit, daß dem Verbande bereits 45 Organisationen mit 10,098 Mitgliedern angeschlossen seien. Ferner berichtete er über die von ihm unternommenen Schritte, um mit den Genossenschaftsverbänden in Dänemark und England in geschäftlichen Verkehr zu treten, sowie über die bereits in Angriff genommene Organisation des gemeinschaftlichen Einkaufs, welcher sich allerdings im Anfang nur auf Margarine erstreckte. Weiter wurde der Gründung eines eigenen Organes das Wort geredet und die Verteilung von Flugschriften gefordert. Die Versammlung beschäftigte sich besonders mit der Frage des gemeinsamen Wareneinkaufes, welchem die größte Bedeutung zugesprochen wurde. Um den gemeinschaftlichen Großeinkauf wirkungsvoll in die Wege zu leiten, wurde beschlossen, eine besondere Großeinkaufsgesellschaft ins Leben zu rufen, welche ihren Sitz in Malmö haben sollte. Die vorbereitenden Schritte wurden energisch betrieben, sodaß die neue Gesellschaft bereits am 19. September 1900 ins Handelsregister eingetragen werden konnte. Unglücklicherweise war bei der Gründung auf die Beschaffung eines genügend großen Betriebskapitals nicht Rücksicht genommen worden, weswegen die junge Gesellschaft sich nach kurzer Zeit genötigt sah, ihre Zahlungen einzustellen. Durch diesen Mißerfolg ließen sich die schwedischen Genossenschafter keineswegs entmutigen; bereits auf dem Genossenschaftstage im Jahre 1903 traten sie wiederum der Frage näher, den gemeinschaftlichen Großeinkauf für die angeschlossenen Vereine in die Hand zu nehmen. Diesmal kam die Versammlung zu dem Beschluß, dem Genossenschaftsbund eine Großeinkaufsagentur als besondere Abteilung anzugliedern, welche ihre Tätigkeit mit Beginn des Jahres 1904 aufnehmen sollte. Zum Leiter dieser Abteilung wurde Herr G. W. Dahl bestellt, der bereits als Geschäftsführer eines der größten schwedischen Konsumvereine dem Vorstand des Verbandes seit 1901 angehörte. Waren in den ersten Jahren der Verbandstätigkeit alle Arbeiten nebenamtlich von den Vorstandsmitgliedern besorgt worden, so wurde jetzt mit Herrn Dahl der erste Angestellte des Verbandes engagiert. Außer der Organisation der Großeinkaufsagentur lag Herrn Dahl auch die Herausgabe des Verbandsorgans ob, das ebenfalls seit 1904 regelmäßig erscheint, während bis dahin die „Social Tidskrift" als Verbandsorgan diente. Trotz der erhöhten Tätigkeit sollte der Verband auch im Jahre 1904 noch nicht den erwarteten Aufschwung nehmen. Ende 1900 gehörten ihm 45 Organisationen an, Ende 1901 44, 1902 63, Ende 1903 65 und Ende 1904 nur 57 Genossenschaften. Erst im Jahre 1905, welches im Zeichen der großen Arbeiterstreiks stand, welche die Auflösung der Arbeiterunion zur Folge hatten, sollte neues Leben in den Verband kommen. Ende dieses Jahres hatten sich ihm bereits 100 Genossenschaften angeschlossen. Von diesem Jahre an wuchs der Verband beständig, sodaß ihm Ende Dezember 1908 bereits 394 Genossenschaften angeschlossen waren, die zirka 65,000 Mitglieder zählten.

In den ersten beiden Jahren ihres Bestehens beschäftigte sich die Großeinkaufsabteilung des Verbandes nur mit Agenturgeschäften, wobei ihr seitens der Lieferanten eine Provision für die durch sie abgeschlossenen Verkäufe gewährt wurde. Für das erste Geschäftsjahr (1904) belief sich ihr Umsatz auf Fr. 397,000, eine Ersparnis von über Fr. 6000 ergebend. 1905 erreichte der Umsatz bereits Fr. 1,127,000 mit einem Ueberschuß von Fr. 21,000. Das Jahr 1906 brachte den Umsatz auf fast 3 Millionen Fr., während 1907 ein solcher von über 5 Millionen Fr. erzielt wurde. In den Jahren 1904 und 1905 konnte die Großeinkaufsabteilung ihren Geschäften ohne Störung nachgehen. Die Kaufleute sahen in ihr eine Organisation, durch die ihr eigener Umsatz nur gehoben werden konnte, falls sie der Agentur für ihre Bemühungen nur eine entsprechende Provision bezahlten.

Anders ging es jedoch den einzelnen Konsumvereinen, welche von den Kleinhändlern auf das bitterste angefeindet wurden. Besonders war es die im Jahre 1905 in Stockholm von einer Lehrerin gegründete Genossenschaft „Schweden=Heim", ein Konsumverein, der von Frauen gegründet und auch von Frauen verwaltet wurde und arg unter dem

Neid und der Mißgunst der Krämer zu leiden hatte. Diese benutzten ihren ganzen Einfluß, um die Großeinkaufleute zu veranlassen, diesen jungen Konsumverein zu boykottieren und ihm keine Waren zu verkaufen. Der Vorstand sah sich daher gezwungen, seine Waren aus dem Auslande zu beziehen, wodurch es ihm gelang, den Betrieb aufrecht zu erhalten und sich weiter auszudehnen, sodaß er im zweiten Jahre seines Bestehens bereits über drei Verkaufsstellen verfügte. Als mit dem Jahre 1906 die Großeinkaufsagentur ebenfalls dazu überging, für eigene Rechnung en gros einzukaufen, versuchten die Großhändler dies zu verhindern und über die Agentur einen Boykott zu verhängen. Zunächst wurde der Zuckertrust gezwungen, die Großeinkaufsabteilung nicht als Großeinkaufsgeschäft anzuerkennen, sondern sie ebenso wie die Kleinhändler zu behandeln und ihr auch auf größeren Bezügen keine billigeren Preise einzuräumen. Dieser Boykott traf die Einkaufsstelle sehr schwer, da infolge des hohen Zuckerzolls eine Einfuhr aus dem Auslande ausgeschlossen war. Da aber trotz dieses Boykotts der Umsatz der Großeinkaufsabteilung beständig stieg, beschloß der Kaufleutetag in Stockholm im Sommer 1908, an den Margarinering heranzutreten und ihn aufzufordern, die Großeinkaufsabteilung von der Kundenliste zu streichen. Der Margarinering erklärte sich nach längerer Korrespondenz hierzu bereit und kündigte der Großeinkaufsabteilung per Ende 1908 die laufenden Lieferungsverträge. Wollte die Großeinkaufsabteilung nach diesem Zeitpunkt weiter Margarine kaufen, so stand ihr das zu den gleichen Preisen frei, welche den Krämern und einzelnen Konsumvereinen berechnet werden. Nach Kündigung der Kontrakte bemühten sich besonders die beiden größten Margarinefabriken die einzelnen Konsumvereine zu direkten Abschlüssen zu bewegen. Indessen hielten die Vereine treu zur Genossenschaftssache und ließen sich trotz der ihnen gebotenen augenblicklichen Vorteile nicht bewegen, ihrer Großeinkaufsabteilung untreu zu werden und unter Umgehung derselben mit den Margarineaktiengesellschaften direkt in Verkehr zu treten.

In diesen harten Zeiten bewährte sich das Verbandsorgan „Kooperatören" ausgezeichnet. Es forderte immer und immer wieder zum Festhalten an den bewährten genossenschaftlichen Grundsätzen auf und zeigte, wie sehr genossenschaftliche Selbsthilfe am Platze sei, um eine Umgestaltung der Preisbildung der wichtigsten Lebensmittel durchzusetzen. Zu diesen gehöre in erster Linie die Margarine, auf der ein Einfuhrzoll von 28 Centimes pro Kilo liege, wodurch die Margarinefabrikanten in der Lage wären, ihre Fabrikate im eigenen Lande zu einem um 28 Centimes per Kilo höheren Preise abzusetzen, als das möglich wäre, wenn ein zollfreier Import erlaubt wäre. Auf diese Weise habe das schwedische Volk für die im Lande erzeugten 15 Millionen Kilogramm Margarine den Fabrikanten alljährlich za. 4 Millionen Franken als Extraprofit in die Tasche gejagt, welche Summe jetzt nur den Fabrikanten und weiter den Aktionären zu gute käme, wobei noch zu berücksichtigen sei, daß die größte Gesellschaft „Pellerin" eine zum großen Teil mit französischem Gelde arbeitende Aktiengesellschaft sei, sodaß also ein großer Teil der den Arbeitern zu viel abgenommenen Millionen ausländischen Kapitalisten zufiele. Dieser Appell im Verbandsorgan blieb nicht unbeachtet; er wurde vielmehr mit Begeisterung seitens der Genossenschafter aufgenommen, welchen in den Zeiten der Krisis das Blatt gratis zugestellt wurde. In ungeheurer Auflage wurde das dreimal monatlich erscheinende Blatt hergestellt, einmal erreichte die Auflage 200,000 und ein anderes Mal sogar 300,000 Exemplare. Ferner wurden während dieser Zeit 300,000 Broschüren gratis verteilt. Bedenkt man noch, daß außerdem ein Almanach in einer Auflage von 50,000 für das Jahr 1909 erschienen ist, so kann man sich einen Begriff von der umfangreichen Propaganda machen, die der Verband während des Jahres 1908 entfaltet hat. Er kann stolz auf diese Arbeit und auf das erzielte Resultat sein. Denn seine Konsumvereine sind ihm treu geblieben. Ja, sie haben ihrerseits ihre Mitglieder veranlaßt, die Marken der beiden größten Margarinegesellschaften zu boykottieren und sich anderer zu bedienen. Hiedurch ist den Margarinefabrikanten ein beträchtlicher Schaden erwachsen, und um für ihre Fabrikate Absatz zu finden, sahen sie sich gezwungen, ihre Margarine nach anderen Ländern zu exportieren.

Um nun nicht ständig auf die dem Trust fernstehenden Margarinefabriken angewiesen zu sein, beschloß die Verbandsleitung im vergangenen Jahre zur Eigenproduktion von Margarine überzugehen. Es gelang ihr, in Gothenburg eine bereits in Betrieb befindliche Fabrik zum Preise von annähernd Fr. 300,000 zu erwerben und den Betrieb sofort auf eigene Rechnung weiterzuführen. Die Folge dieses Vorgehens war, daß der Ring seine Magarinepreise sofort um 7 Centimes per Kilo heruntersetzte. Da die Großeinkaufsabteilung auch mit dieser Preisermäßigung Schritt hielt, ging der Ring schrittweise um je 7 Centimes bis zu 28 Centimes mit seinen Preisen herunter. Allein auch dies hatte nicht den gewünschten Erfolg. Die Arbeiterschaft hielt den Boykott der Ringfabriken aufrecht und verzichtete auf den Konsum dieser Margarine. Als letztes Mittel versuchte die größte Margarinefabrik „Pellerin" durch Ueberweisung von Fr. 28,000 an die Arbeitslosen die Stimmung der Arbeiter für sich zu gewinnen, aber auch diese „edle" Spende verfehlte ihren Zweck und sollen sogar, wie von Leuten, die es wissen müssen, erzählt wird, die Arbeitslosen, denen dies Geld zu Teil wurde, dasselbe zu Käufen in den Konsumvereinsläden benutzt haben. Nachdem der Ring jetzt eingesehen hat, daß er selbst durch Ermäßigung der Preise sein altes Absatzgebiet nicht wiedergewinnen kann, hat er, wie in der letzten Nummer des schwedischen Organs zu lesen steht, wieder die Margarinepreise um 14 Centimes erhöht. Das Verbandsblatt bemerkt hiezu, daß die Großeinkaufsgesellschaft nicht daran denke, mit ihren Preisen ebenfalls in die Höhe zu gehen, sowie, daß dem schwedischen Volke durch diese niedrigen Margarinepreise während der letzten Monate wenigstens 3 Millionen Franken erspart worden sind.

Da die schwedischen Genossenschaften durch die Statuten nicht angehalten werden, ihrer Großeinkaufsabteilung durch nennenswerte Einzahlungen die notwendigen Mittel in genügender Höhe zu verschaffen, hat der Vorstand sich veranlaßt gesehen, mit Beginn dieses Jahres Obligationen auszugeben, welche der Kongreß bis zu einem Betrage von Fr. 140,000 guthieß. Die Obligationen lauten über Fr. 21 pro Stück und erfreuen sich bei der Arbeiterschaft, die dieser Anleihe den Namen „Volksanleihe" gegeben hat, allgemeiner Beliebtheit. Es sind bereits über Fr. 70,000 gezeichnet. Weiter sanktionierte der diesjährige Kongreß die vom Vorstand getroffenen Maßnahmen, die bezwecken, die Vereine zu erziehen, ihren Verbindlichkeiten dem Verbande gegenüber innerhalb 30 Tagen nachzukommen. Da alle Ermahnungen nichts fruchteten, hat der Vorstand beschlossen, die Lieferungen an alle Vereine einzustellen, welche ihren Verpflichtungen nicht innert einem Monat nachkommen. Diese Maßnahme wurde bereits im vergangenen Jahre durchgeführt und hatte zur Folge, daß der Jahresumsatz des Verbandes denjenigen vom Jahre 1907 nur unwesentlich übertraf. Jetzt hat sich jedoch das Verhältnis wieder gebessert und wird für das laufende Jahr mit einer beträchtlichen Zunahme des Umsatzes zu rechnen sein.

Das sind in kurzen Zügen die hauptsächlichsten Ereignisse aus den zehn schweren Jahren der schwedischen Genossenschaftsbewegung. Wie in anderen Ländern hat es sich auch hier wieder gezeigt, daß je größer die Anfeindungen, desto stärker die Ausbreitung der Genossenschaftsbewegung ist. Ueberall, wo die Kleinhändler in den Konsumvereinen ihren Gegner sehen, den sie zu unterdrücken sollen glauben, haben sie nur dazu beigetragen, eine lebhafte

Propaganda wachzurufen und neue Freunde der Bewegung zu gewinnen. Das Gleiche sehen wir in der Schweiz — als jüngstes Beispiel braucht nur das Vorgehen der Herren Geschäftsreisenden genannt zu werden. — Wünschen wir uns daher noch viele solche „liebe“ Feinde, die durch ihr Kriegsgeschrei die schlafenden Genossenschafter erwecken und neue Scharen unserem Banner zuführen.

Das eidgenössische Lebensmittelpolizeigesetz.

(Fortsetzung.)

13. Wein und weinähnliche Getränke.

Abschnitt 13 regelt in 48 Artikeln (153—190) den ganzen Verkehr mit Wein und weinähnlichen Produkten. Daß dieser Abschnitt so umfangreich (der größte von allen) geworden ist, hängt nicht nur damit zusammen, daß Produktion und Import von Wein in der Schweiz noch eine große Rolle spielen — man kann gegen 100 Millionen Franken als Wert des im Jahre konsumierten Weines annehmen — sondern auch damit, daß bei keinem anderen Lebens- oder Genußmittel so viel erlaubte und unerlaubte Manipulationen bisher üblich waren wie beim Wein. Hätten bloß Vorschriften für das normale Produkt der Reben aufgestellt werden müssen, so wäre dieser Abschnitt bald erledigt. Da aber auch für alle seit vielen Jahren erfundenen Fabrikationsverfahren und Behandlungsmethoden Bestimmungen notwendig wurden, so war die Aufstellung einer großen Zahl von Vorschriften nicht zu umgehen. Trotzdem ist die Regelung dieser Materie nicht vollständig und widerspruchslos. Bei genauem Studium der Vorschriften stößt man noch auf manche Lücken; gerade die schwierigsten Fragen sind nicht einwandfrei gelöst, d. h. man muß selbst sich die Lösung aus den Vorschriften herauskonstruieren.

Interessant ist es, daß ungefähr zu gleicher Zeit in Deutschland die gleiche Materie durch ein Gesetz, das im Reichstage eingehend behandelt und beraten wurde und durch das frühere, weniger strengere Vorschriften ersetzt wurden, geregelt wurde. Wir werden uns erlauben, hie und da Vergleiche mit dem deutschen Weingesetz vom 7. April 1909 anzustellen, aus denen sich ergibt, daß die deutsche Volksvertretung lange nicht so weit zu gehen wagte, wie unsere schweizerische Exekutiv-Behörde, und daß das deutsche Reich, dieser Polizeistaat par excellence, wie man ihn hie und da nennt, weit weniger strenge Vorschriften aufstellt als unsere demokratische Schweiz. Ein hoher deutscher Beamter, der ex officio die auch in Deutschland üblichen Weinfälschungen zu verfolgen hatte, hat denn auch nach Kenntnisnahme unserer Vorschriften erklärt, in Deutschland ließen sich solche nicht durchführen.

Der ahnungslose, mit den Produktions- und Fabrikationsverhältnissen nicht näher bekannte Weintrinker nimmt an, daß die bisher unter der Bezeichnung Wein in den Handel gelangenden Getränke alle mehr oder weniger auf gleiche Weise hergestellt werden und daß sie alle echter Rebensaft seien. Diese Annahme ist jedoch unrichtig: in den Verkehr gelangten nicht nur echter unvermischter Rebensaft, sondern Getränke, die auf vielerlei Arten hergestellt werden. Außer dem echten Naturprodukt gibt es Getränke, die durch Zusatz von Wasser, von Zucker und von Zuckerwasser oder Alkohol verbessert wurden oder die aus ganz oder teilweise entmosteten Trauben oder aus Traubenbeeren oder aus Chemikalien und Zuckerwasser hergestellt werden oder die schließlich Mischungen aus mehreren dieser Produkte darstellen. Einige dieser Behandlungsmethoden bezwecken eine Verbesserung eines sonst nicht mundenden (z. B. zu sauren) echten Weines, andere eine unzulässige Vermehrung des auf normalem Wege produzierten Weines (Streckung durch Zusatz von Wasser oder Zuckerwasser), wieder andere die vorteilhaftere Verwertung von Abfällen und eine letzte Kategorie will einfach an Stelle des echten Naturweines ein billigeres Surrogat herstellen.

Soferne diese Fabrikate nicht gesundheitsschädlich sind und nicht unter falscher Flagge in den Verkehr gebracht werden, wird man gegen alle diese Fabrikationsmethoden vom sanitären Standpunkt aus nichts einzuwenden vermögen. Wenn jeder Konsument weiß, was er für sein Geld erhält und wenn ihm das betreffende Getränk soviel wert ist als er dafür auslegt, ist nicht einzusehen, warum von Staates wegen der Geschmack des Publikums korrigiert werden soll. Leider bezwecken die meisten dieser Methoden eine Täuschung des Käufers und Uebervorteilung des Publikums, welch letztere Uebervorteilung durch den Umstand erleichtert wird, daß die chemischen Untersuchungsmethoden bisher nur selten ausreichten, um ein solches Fabrikat mit Sicherheit von der Kategorie der Naturweine auszuschließen. Wieder andere solcher Manipulationen, die eine Verbesserung bezwecken, sind in manchen Produktionsgebieten je nach dem Jahrgange absolut notwendig, um den Absatz der echten Naturweine zu ermöglichen und wurden sogar amtlich gestattet, so z. B. im Kanton Schaffhausen das Gallisieren der Weine. Abgesehen von den verschiedenen Vorschriften an den Konsumtionsorten herrschten hier auch noch verschiedene Ansichten in den verschiedenen Produktionsgebieten, je nachdem ob die Trauben ohne Zusatz ein schmackhaftes Produkt liefern oder nicht. Während im Kanton Waadt das Gallisieren der Weine streng verpönt ist — bloßer Zuckerzusatz gilt auch im Kanton Waadt nicht als unzulässig — erklären die ostschweizerischen Weinbauern, ohne Gallisieren nicht auskommen zu können. Während über die Zulässigkeit dieser Methoden unsere Weinbauern selbst in Differenzen geraten sind, sind sie dann wieder einig in der Verurteilung der Coupier-, Trester-, Trockenbeer- und Kunstweine, wenn sie nicht gerade selbst etwa in einem schlechten Jahrgang vor der Kelterung den sauren einheimischen Trauben italienische Trauben beimischen.

Auf der andern Seite hatten die Weinhändler ein großes Interesse daran, daß das Coupieren der Naturweine, das sich oft als eine Verbesserung des Weines darstellt, nicht allzusehr erschwert werde.

In diesem Widerstreit der Interessen eine Lösung zu finden, die weder die eine noch die andere große Interessengruppe vor den Kopf stieß, war schwierig, und diesem Umstand ist es vielleicht zuzuschreiben, daß die Vorschriften, wie oben erwähnt, oft lückenhaft oder widerspruchsvoll sind.

Die Verordnung unterscheidet zwei Kategorien:

A) Wein,
B) weinähnliche Getränke.

Um den verschiedenen landwirtschaftlichen Interessentengruppen entgegenzukommen, ist in Kategorie A) Wein nicht bloß der echte unveränderte Naturwein eingereiht, sondern die Bezeichnung Wein wird auch noch als zulässig erklärt für diejenigen Getränke, die die im Kanton Schaffhausen und der übrigen Ostschweiz und die im Kanton Waadt übliche Verbesserung durchgemacht haben; immerhin ist der Deklarationszwang aufgestellt.

Demgemäß werden als Wein folgende Arten unterschieden:

a) Wein (Art. 153—169), (dazu gehört immer auch Weinmost oder Sauser),
b) gezuckerter Wein,
c) gallisierter Wein,
d) avinierter Wein.

Für diese vier Sorten, immer den entsprechenden Sauser inbegriffen, sind die allgemeinen Bestimmungen gleich.

Als weinähnliche Getränke werden bezeichnet:

a) Trockenbeerwein,
b) Tresterwein,
c) Hefewein,
d) Kunstwein.

Für die weinähnlichen Getränke werden weit strengere Kontrollvorschriften aufgestellt als für die vier Sorten „Weine."

Außerdem enthält dieser Abschnitt dann noch Vorschriften über Spezialitäten, von denen wir nicht wissen, ob wir sie dem Wein oder den weinähnlichen Getränken zuteilen sollen.

a) Süßwein,
b) Trockener Qualitätswein,
c) Schaumwein,
d) Wermuth,
e) Alkoholfreier Wein.

Die Definition für Naturwein, der allein unter der bloßen Bezeichnung Wein verkauft werden darf, ist in Art. 153 enthalten. „Wein ist das aus dem Safte frischer Weintrauben (Weinmost) durch alkoholische Gährung ohne Zusatz anderer als durch die übliche Kellerbehandlung in den Wein gelangenden Stoffe entstandene Getränk." Die deutsche Definition lautet: „Wein ist das durch alkoholische Gährung aus dem Safte der frischen Weintrauben hergestellte Getränk." Die schweizerische Vorschrift ist also bedeutend strenger als die deutsche, da die letztere nicht von vornherein alle Zusätze ausschließt.

Eine wichtige Frage ist die **Herkunftsbezeichnung**, die allerdings nicht einwandfrei gelöst ist. Art. 153 Absatz 2 lautet:

„Werden im Verkehr mit Wein (Weinmost, Sauser) Bezeichnungen über den Ursprung (Produktionsort, Lage) verwendet, so müssen sie wahrheitsgetreu sein und jede Täuschung ausschließen."

Nach dieser Vorschrift, die sich auf alle vier Weinsorten bezieht, konnte man glauben, es sei zuläßig, daß wenn jemand die Herkunft eines Weines nicht weiß oder nicht verraten will, er einfach die Bezeichnung „Wein" oder „Rotwein" oder „Weißwein" gebrauchen dürfe.

Dem gegenüber steht jedoch Art. 164, in dem vorgeschrieben ist: „Ueberall, wo Weine im Ausschank oder im Kleinverkauf feil gehalten werden, sind Ursprung, Art und Preise durch Anschlag oder in Wirtschaften durch die Weinkarte in deutlicher und genauer Weise bekannt zu geben".

Diese Vorschrift kann nicht anders ausgelegt werden, als daß eben bei jeder Sorte Wein diese Angaben obligatorisch sind. Die Kleinverkäufer, wozu auch unsere Verbandsvereine gehören, haben also in jedem Laden die betreffenden Plakate aufzuhängen.

Interessant ist, daß dieser **Deklarationszwang nur den Kleinverkäufer trifft**, der bei der **Angabe des Ursprungs gewöhnlich ausschließlich auf den Weinhändler abstellen muß, während der Großhandel mit Wein und der Migroshandel dieser Deklarationspflicht nicht unterliegt**, denn derselbe ist nur gehalten, wie übrigens auch die Weinbauern, Wirte und Kleinverkäufer im Keller und im Verkaufslokal — auch in Bahnhöfen, Lagerhäusern 2c., wenn an diesen Orten Wein verkauft wird — Ursprung und Jahrgang der dort lagernden Weine an den Fässern anzuschreiben. **Der Weinhändler darf also Weine an Private und an Wirte, Kleinhändler ohne Ursprungsangabe verkaufen, der Kleinhändler muß dagegen immer den Ursprung angeben.** Wie das sich in praxi durchführen läßt, ist einstweilen noch nicht abzusehen; wenn der Kleinhändler einen neutralen Wein gekauft hat, dessen Ursprung ihm der Lieferant nicht oder nicht richtig angegeben, so wird der Kleinhändler in die Zwangslage versetzt, unrichtige Deklarationen zu gebrauchen. Diese Vorschrift ist also eine Halbheit; entweder soll der Deklarationszwang für alle gelten oder für keine. Es scheint, daß man hier den Pelz waschen wollte, ohne ihn naß zu machen.

Aehnlich steht es mit den **Weinmischungen** (**Verschnitt- oder Coupierweinen**). Es ist das allerdings ein sehr schwieriges Kapitel; dagegen scheint die Verordnung auch hier „Vogelstraußpolitik" zu treiben. Von Verschnittweinen ist im ganzen Abschnitt nie die Rede. Einzig in Art. 155 und 156 ist bei der Erwähnung, wie zu stark gegypste oder geschwefelte Weine behandelt werden sollen, erwähnt, daß sie durch längere Lagerung oder Verschnitt wieder die zulässige Beschaffenheit erlangen könnten.

Aus dieser Bestimmung geht indirekt hervor, daß das Mischen verschiedener Naturweine (**coupieren**, verschneiden) gestattet ist.

Im ursprünglichen Entwurf des Departement des Innern fand sich über das Verschneiden der Weine folgende Vorschrift: „Mischungen von Wein mit Wein sind im Verkehr nach der Herkunft der Weine (also z. B. Waadtländer mit Spanier) oder einfach als coupierter Wein zu bezeichnen". Die Expertenkommission wollte hier etwas kulanter sein und schlug vor: „Das Verschneiden von Wein mit Wein ist gestattet; der Verschnitt ist im Verkehr einfach als Wein zu bezeichnen".

Diese vernünftige Vorschrift ist nun gestrichen worden, wahrscheinlich weil sie unseren Weinbauern nicht gefiel. Ebenso wurde gestrichen die Bestimmung „daß Coupierwein auch nach der Herkunft desjenigen Weines bezeichnet werden darf, der im Verschnittwein vorwiegt, sofern mindestens 80% davon im Verschnitt enthalten sind und sein Charakter durch die Beimischung anderer Weine nicht wesentlich verändert worden ist".

Vergleichsweise sei erwähnt, daß im neuen deutschen als streng bezeichneten Weingesetz Coupierweine nach einem der dabei verwendeten Weine allein benannt werden dürfen, wenn dieser in der Gesamtmenge überwiegt (also mehr als 50% ausmacht) und die Art bestimmt; also wenn sich in einer Mischung 49% Pfälzer- und 51% Rheinwein befinden, darf die Mischung als Rheinwein bezeichnet werden, während bei uns ein Wein, der 99% Hallauer und 1% anderen Wein enthalten würde, nicht mehr als Hallauer in den Verkehr gebracht werden dürfte. In Deutschland wurde, als eine ähnliche Vorschrift in Vorschlag gebracht wurde, eingewendet, durch diese würde die Verwendung von ausländischen Weinen eingeschränkt und das könnte handelspolitische Schwierigkeiten geben. Bei uns in der Schweiz, die doch ein Exportland par excellence ist, kann man sich über solche Bedenken leicht hinweg setzen.

Wir haben gegen dieses strenge System nichts einzuwenden, glauben aber, daß es auf dem Papier bleiben und in praxi umgangen werden wird. Wenn nicht eine genaue amtliche, beinahe täglich vorgenommene Kellerkontrolle durch speziell hiezu angestellte amtliche Kontrolleure vorgenommen wird, ist keine Gewähr dafür vorhanden, daß die Weinhändler nicht doch Verschnittweine unter unrichtiger Bezeichnung in den Verkehr bringen können. Eine weniger strenge Vorschrift aber dann entsprechend kontrolliert, hätte mehr Wirkung gehabt. So bildet diese Bestimmung wieder ein Netz mehr, das die gewissenhaften Weinproduzenten und Händler hemmt, während der skrupellose, raffinierte Geschäftsmann unschwierig der Vorschrift zuwiderhandeln kann. Die Umgehung dieser Vorschriften wird dadurch bedeutend erleichtert, daß unsere chemischen Untersuchungsmethoden heute noch nicht soweit sind, daß sie unrichtige Herkunftsbezeichnungen mit Sicherheit nachweisen können. Darum ist auch in Art. 163 vorgeschrieben, daß bei der Begutachtung von Weinen auch auf das Aussehen, den Geruch und den Geschmack (Degustation) Rücksicht zu nehmen sei, welche Bestimmung insofern etwas gefährlich ist, als sie dem individuellen Ermessen des „Weinschmeckers" einen allzugroßen Spielraum läßt.

Wenn nun für den Kleinverkauf der strikte Deklarationszwang für die Herkunft des Weines aufgestellt ist, hätte man annehmen dürfen, daß die Verordnung hier einigermaßen Auskunft über die notwendigen Bezeichnungen geben würde. Wie soll, ohne daß ganze Satzungeheuer als Titel gewählt werden, die Bezeichnung lauten für ein

Gemisch aus rotem und weißem Naturwein, für ein Gemisch von mehr als zwei Weinen, für ein Produkt, das aus inländischen Trauben und italienischem Most resp. Trauben hergestellt, also schon vor der Kelterung gemischt wird? Bekanntlich ist es gerade unsere weinbautreibende Bevölkerung, die diese Mischung öfters anwendet, besonders in schlechten Jahrgängen. (Fortsetzung folgt.)

*** Ein genossenschaftliches Warenhaus.

Durch die Presse ging jüngst eine etwas verfrühte Notiz, wonach unser Verbandsverein in Zürich, der Lebensmittelverein, ein großes Kaufhaus auf genossenschaftlicher Basis errichten werde. Die Anfeindungen, die das Projekt sofort seitens der Händlervereinigungen erfuhr, zeigen uns von neuem, daß die Herren der Krämerzunft von der Vergangenheit nichts gelernt haben und fernerhin nicht lernen wollen. Es müßte ihnen ja, nachdem sie doch einsehen werden, daß die genossenschaftliche Konzentration nicht zu verhindern ist, nur recht sein, wenn ein Warenhaus es vermeidet, Praktiken anzuwenden, die sich als verwerfliche Formen des sogenannten „unlautern Wettbewerbes" qualifizieren, die zwar im Verborgenen auch schon beim Kleinhandel geblüht haben und mit der Profitwirtschaft notwendig verbunden sind. Ein genossenschaftliches Warenhaus wird nicht auf die Unkenntnis des Publikums spekulieren und einem solchen Unternehmen schon deshalb die Existenzmöglichkeit abzusprechen, weil es unlautere Mittel vermeiden will, beweist nur die Verkennung der Vorteile des genossenschaftlichen Großbetriebes. Freunde und Gegner des Warenhauses haben ihm mit Recht nachgerühmt, daß es durch Einführung strikter Barzahlung dem leichtsinnigen Kreditieren einen Riegel geschoben hätte und daß gerade dank dieser Barzahlung das Warenhaus zur rechten Zeit und vorteilhafter einkaufen könne. Auch die Warenhäuser haben sowohl gegenüber dem Konsumenten als auch gegenüber den vielen kleinen Detaillisten erzieherisch gewirkt. Ein großer Teil der Erfolge der Waren- und Kaufhäuser beruht auf dem Geschäftsprinzip der Barzahlung. Aber die liebe Konkurrenz und das Bestreben, den andern zu überbieten, um sich den geschäftlichen Profit zu sichern, bringt auch die schönsten Grundsätze vom Pfade der Tugend ab. Jüngst klagte uns der Leiter eines süddeutschen Warenhauses, daß das Kreditgeben nun auch bei Warenhäusern Eingang gefunden habe und daß dadurch eine Bresche in das Fundament der privatkapitalistischen Großbetriebe im Detailhandel gelegt ist.

Charakteristisch dabei ist die Tatsache, daß gerade die sogenannte feine und feinste Kundschaft darauf reflektiert, in der Zahlungsweise gewisse „Erleichterungen" zu genießen. Man ersieht hieraus die Macht der Konsumenten, leider aber verschwindet sie ebenso schnell, denn diese feinen und feinsten Kunden verstehen nicht, ihre Macht auszunutzen, sondern gehen wieder ins Garn der Krämer, anstatt mit ihren Mitteln auf die Preise zu drücken oder gar zum Selbsteinkauf überzugehen vermittelst des Konsumvereins.

Der Hauptgrund, weshalb die Warenhäuser zum Kreditsystem übergehen, liegt jedoch nicht darin, daß ein sich als kreditfähig wähnender Herr oder eine Dame der Gesellschaft es ordinär findet, wie jede gewöhnliche Marktfrau das Portemonnaie in den Händen bereit zu halten. Der Grund dieser Abkehr vom Barzahlungsprinzip liegt tiefer; wir stehen anscheinend vor einem Wendepunkt in der Entwicklung der Warenhausbetriebe. Der Kampf des Warenhauses gegen das Warenhaus hat begonnen, und dabei greift man eben zu Mitteln, die bei Beginn der Aera verpönt waren. Ueber den Kampf der Warenhäuser untereinander schrieb jüngst die „Berliner Börsenzeitung":

„Den Anlaß dazu gibt die bevorstehende Eröffnung des W. W. Warenhauses, wie es kurz genannt wird, des Unternehmens des Herrn Wolf-Wertheim in der Potsdamerstraße. Gewissermaßen als Vorbotengefechte kann man die Konkurrenzangebote auf dem Lebensmittelmarkt betrachten. Hier leisten die Warenhäuser das Menschenmöglichste. Sie bieten gewisse Produkte bedeutend unter dem Einkaufspreis an, um das Publikum anzulocken. So kosten beispielsweise im Warenhause die Pflaumen 9 Pfg., während der Einkaufspreis 12 Pfg. beträgt. Ein ähnliches Verhältnis besteht mit den Pfirsichen, Birnen, Weintrauben. Auch die andern Artikel in der Lebensmittelabteilung sind zum großen Teil unter den Einkaufspreisen ausgezeichnet. Gewöhnlich wird an den Lebensmitteln überhaupt nicht viel verdient. Der Gewinn wird hier auf 8 % berechnet, während die Unkosten durchschnittlich 28 % betragen. Die Lebensmittelabteilung ist aber trotzdem eine für das Warenhaus unerläßliche Abteilung, da hierdurch das Publikum den meisten Anreiz zum Kauf erfährt."

Wir können hier noch eine charakteristische Aeußerung des Leiters eines zürcherischen Warenhauses anführen. Als die Wirte gegen die Erfrischungsräume der dortigen Warenhäuser vorgingen, mußte ein Warenhaus in Zürich ein Wirtschaftspatent erwerben, um den sogenannten Erfrischungsraum fortbetreiben zu können, bei dessen Betrieb es notorischerweise zusetzte. Der Preis betrug Fr. 15,000, die anstandslos bezahlt wurden mit dem Bemerken, man hätte noch 29 andere Branchen, auf denen diese Kosten wieder eingebracht würden.

Das Warenhauskreditsystem begegnet ja sicherlich mancherorts warmen Sympathiekundgebungen, denn für neue Kreditsysteme findet man immer „Freunde". Das Kreditsystem besteht in Fristen, die variieren je nach dem Auftreten des Kunden oder je nach den „genauen und zuverlässigen" Informationen der Auskunfteien. Verlaß ist natürlich in keinem Falle vorhanden, denn sind die Auskünfte billig, dann sind sie ungenau, sind sie teuer, dann sind sie umständlicher, tun aber niemandem wehe und sind ohne Garantie und Verantwortlichkeit!

Die amerikanischen Warenhäuser sind bereits bei der „Loyalität" in der Kreditgewährung angelangt. Die einen Kunden erhalten den Kontoauszug am Anfange eines Monats, die andern am Ende des Quartals und die dritte Sorte, die allerbeste, darf zahlen, wann es ihr beliebt; vielleicht gibt es der Reklame wegen bald eine vierte Klasse, die überhaupt nicht mehr zu zahlen braucht!

Das soziale Vorwärtsschreiten hat die Ansprüche an das Leben vermehrt, wer wollte dies beklagen; je mehr gesunde Bedürfnisse der Mensch hat, desto höher das Kulturniveau, aber diese berechtigten Ansprüche mit leichtsinnigem Kreditieren befriedigen helfen, heißt nicht nur sie ins Ungemessene steigern, sondern anstatt Wohlstand und Befriedigung, Armut und Unzufriedenheit pflanzen. Der ideale Standpunkt, jeden Konsumenten recht bald und recht leicht in den das Leben angenehmer gestaltenden Besitz von Bedarfsartikeln zu setzen, kann nur durch Organisation der Konsumkraft geschehen. Diese aber kann wiederum nur gestärkt, gestählt werden durch Barzahlung, denn diese allein macht unabhängig und stark.

Richtet sich das ganze Vorgehen nach den bewährten genossenschaftlichen Grundsätzen unter Vermeidung der mit der kapitalistischen Wirtschaftsordnung notwendigerweise verbundenen Schattenseiten des privatwirtschaftlichen Warenhauses, so bedeutet der Betrieb eines genossenschaftlichen Warenhauses nicht nur einen Markstein in der genossenschaftlichen Warenversorgung überhaupt, sondern auch eine Förderung der genossenschaftlichen Eigenproduktion.

Einzige Bedingungen sind strengste Reellität und strikte Barzahlung. Die rührigen Zürcher würden damit den eklatanten Beweis liefern, daß mit dem Begriff Warenhaus nicht zugleich unlauterer Wettbewerb verbunden ist, und daß sich die organisierte Konsumkraft auch auf dem allgemeinen Bedarfsartikelmarkt bewährt. Wir hoffen recht bald, den Lebensmittelverein Zürich auch in dieser Beziehung in der Vorwärtslinie zu treffen.



Genossenschaftliche Rundschau.



*** **Soziales Museum.** VI. Jahresbericht pro 1908 des Vereins für Förderung des Arbeiterwohnungswesens

und verwandte Bestrebungen in Frankfurt a. M. Der Bericht verdient von jedem Sozialpolitiker und Juristen studiert zu werden, weil er wertvolle, volkswirtschaftlich und juristisch interessante Materialien aus dem Betriebe der dortigen unentgeltlichen Rechtsauskunftstellen enthält. Die unentgeltlichen Rechtsauskunftstellen, für die wir in der Schweiz nur unvollkommene Anfänge haben, entspringen der Forderung der Unentgeltlichkeit der Rechtspflege und des Rechtsbeistandes. Der Forderung wohnt ein berechtigter Kern inne; der Reiche ist immer eher in der Lage sein Recht zu finden als der Arme. Eine Vorstufe der Unentgeltlichkeit der Rechtspflege und des Rechtsbeistandes bedeutet ja allerdings schon das sogenannte Armenrecht, aber erst im prozessualen Stadium! Die Zusammenstellung der Gebiete über die in Frankfurt a. M. und Umgebung Auskunft verlangt wurde, beweist daß rechtlicher Rat und Beistand vor Anhebung des Prozesses von Nöten ist und daß in Folge Mangel an Gesetzeskenntnis der Rechtsuchende oft in den formellen Schlingen des Gesetzes sein Recht nicht findet. Das Rechtsgefühl und das Rechtsbewußtsein wird dadurch unter den Armen des Volkes erschüttert. Die Rechtshilfe ist eben in des Wortes eigentlicher Bedeutung teuer und darum gehört die Forderung nach Unentgeltlichkeit der Rechtsauskunft und des Rechtsbeistandes in den großen Kreis der sozialen Frage.

An den Auskünften in den Frankfurter Rechtsauskunftstellen sind prozentual am stärksten die Auskünfte auf dem Gebiete des Wohnungswesens beteiligt. Die Konsumgenossenschafter wird es besonders interessieren, daß bei den Auskünften die Abzahlungsgeschäfte und die Kaufabschlüsse mit Agenten und Reisenden in einem sehr ungünstigen Lichte erscheinen. Es ist oft unglaublich, was die Händler den Leuten Alles aufschwatzen können, wofür kein Bedarf vorliegt. Erst bei Klage auf Erfüllung laut Bestellschein, sieht der Käufer, was er unbelesen unterschrieben hat.

Auch der kaufmännische Arbeitsvertrag gab vielfach Anlaß, die Rechtsauskunftstelle in Anspruch zu nehmen. Unerfreuliche Wirkungen bot namentlich die Konkurrenzklausel, die sich je länger je mehr als eine das Fortkommen der Handlungsgehilfen stark erschwerende Bindung erweist.

Von einem Vereinsmitglied wurde auch ein Zyklus von sechs Vorträgen aus dem Gebiete des Genossenschaftswesens und der genossenschaftlichen Grundsätze gehalten.

Die Bestrebungen, die Industriearbeiter mehr in der Umgebung von Großstädten und Industrieorten anzusiedeln und ihnen ein eigenes Heim zu schaffen, gaben der Gesellschaft des „Sozialen Museum" Veranlassung, sich eingehender mit der Gartenstadtbewegung zu befassen und die Prüfung und Begutachtung von Bauplänen verschiedener Baugenossenschaften durch fachkundige Architekten zu vermitteln.

Der Bericht enthält noch eine Fülle von Material zur Kritik und Reform der sozialen Gesetzgebung, auf das wir Raumes halber nicht eintreten können. Dagegen dürfen wir bei diesem Anlaß wohl darauf hinweisen, daß auch der Verband schweizerischer Konsumvereine neben seinen gemeinnützigen Institutionen zu gunsten aller Konsumenten laut § 4 lemma d der neuen Statuten als eine unentgeltliche Rechtsauskunftsstelle für alle ihm angeschlossenen Konsumvereine betrachtet werden kann. Er gewährt Rechtsschutz und erteilt Rat in allen konsumgenossenschaftlichen Angelegenheiten der Verbandsvereine.

Anmerkung der Redaktion. Wir möchten zu diesen Ausführungen unseres Mitarbeiters ergänzend beifügen, daß die Rechtsauskunftstelle, welche der Verband für die Vereine geschaffen hat, die heute noch nicht nach allen Richtungen vollkommen befriedigend funktionieren kann, mit der Zeit immer weiter ausgebaut werden soll, wobei wir für den Anfang auf die Mithilfe unserer rechtskundigen Genossenschafter in den verschiedenen Kantonen rechnen müssen.

Wir hoffen dadurch, auch die Verbandsvereine aufzumuntern, das, was der Verband ihnen gegenüber tut, ihrerseits auch den eigenen Mitgliedern gegenüber zu leisten. Unsere größeren Verbandsvereine wären heute schon in der Lage, durch Abschlüsse von Verträgen mit tüchtigen Rechtsanwälten oder durch vollständiges Engagement derselben die Rechtsauskunft für die Mitglieder der Genossenschaft bedeutend zu verbilligen. Wer weiß, welche Ueberproduktion auf diesem Gebiete existiert, braucht nicht daran zu zweifeln, daß sich tüchtige jüngere Juristen, die bei der heutigen Ueberproduktion oft Mangel an Beschäftigung haben, gerne zu einem Vertrage herbeilassen oder ganz in den Dienst einer Genossenschaft treten würden. Bei der großen Mitgliederzahl unserer städtischen Vereine würde es einem solchen juristischen Ratgeber nicht an Arbeit fehlen, so daß die Ansätze für Konsultationen 2c. ganz niedrig gehalten werden könnten. Diese Lösung hätte übrigens den Vorteil, daß der betreffende Jurist bald eine große Kenntnis, speziell in den Streitfällen des täglichen Lebens, in den sogenannten Bagatellsachen, die den meisten Anwälten gewöhnlich nicht geläufig sind, die aber für den armen Klienten oft von größter Bedeutung werden, erlangen würde. Welcher unserer Verbandsvereine macht den Anfang mit der Eröffnung einer genossenschaftlichen Rechtsauskunftsstelle?

Die Konsumgenossenschaften und ihre Gegner.

Splitter und Balken. Unsere Gegner greifen jede Gelegenheit auf, um die Konsumvereine und deren Geschäftsgebahren zu diskreditieren. Passiert in irgend einem großen oder kleinen genossenschaftlichen Betriebe aus Versehen, wie das ja vorkommen kann, irgend ein vermeintlicher oder wirklicher Fehler, flugs sind die privaten Berufsgenossen bereit, diesen Fehler auszuschlachten, ihn zu vergrößern und zu verallgemeinern; da werden oft Vorfälle aus genossenschaftlichen Betrieben aufgebauscht, die, falls bei einem privaten Warenvermittler passiert, ganz sicher mit dem Mantel der christlichen Liebe zugedeckt würden. Wir nehmen solche Angriffe nicht tragisch, denn das einsichtige Publikum weiß, daß die Konsumgenossenschaften selbst das allergrößte Interesse daran haben, daß ihre Betriebe tadellos funktionieren; im andern Falle würden sie ja der Gesamtheit der Mitglieder, also sich selbst, schaden. Gewöhnlich haben diese an den Haaren herbeigezerrten Anrempelungen nur den Schlußeffekt, das Publikum auf die Konsumvereine und deren Vorteile aufmerksam zu machen und die Angriffe erreichen so das Gegenteil des Gewollten.

Trotzdem wir aus unserem Leserkreise oft gedrängt werden, solche Angriffe zu reproduzieren und zu widerlegen, können wir nicht von allem Notiz nehmen, sondern werden in der Regel solche unseren Lesern nur zur Kenntnis bringen, wenn sich eine derartige Preßäußerung durch besondere Originalität auszeichnet oder wenn die begleitenden Umstände bemerkenswert sind. Ein solcher Fall liegt heute vor.

Einem unserer Verbandsvereine war das Mißgeschick passiert, daß dessen Bäcker beim Abwägen des Brotteiges nicht aufpaßte; so daß ein Leib etwas zu wenig, andere etwas zu viel Gewicht hatten. Es handelte sich um einen einmaligen Vorgang, der bei einer amtlichen Visitation entdeckt und flugs dem „Spezereihandel" gemeldet und dort publiziert wurde.

Trotzdem der Verwalter des Verbandsvereins in einer Zuschrift an den „Spezereihandel" die nötige Aufklärung gab,*) druckte die „Schweizerische Bäcker- und Konditoren-

*) In Nr. 40 der „Schweizerischen Bäcker- und Konditorenzeitung" wird nun auch von der Richtigstellung Notiz genommen. Der Berichtigung wird dagegen folgende Bemerkung angehängt:
„Wie heißt es doch gleich im Volkslied: „Wer's glauben tut, und der ist weit von hier."

zeitung“ in Nr. 39 diese Mitteilung unter dem Stichwort: „Das Geheimnis des billigen Brotes“ ab mit einigen Glossen, die sehr absprechend lauteten. Man könnte nun aus diesen Glossen schließen, daß im privaten Bäckereibetriebe nie mindergewichtiges Brot vorkäme. Tatsächlich aber werden in privaten Betrieben Jahr für Jahr Hunderte von solchen Fällen konstatiert und zu richterlicher Ahndung gebracht, ohne daß sich die Bäckereizeitung veranlaßt sähe, diese Sünden ihrer Abonnenten an die große Glocke zu hängen. „Wenn zwei dasselbe tun, ist es eben nicht dasselbe“.

Ein launiger Zufall will es nun, daß in der gleichen Nr. 39 der „Bäckerzeitung“ eine Publikation enthalten ist, die uns veranlaßt, Aufschluß zu verlangen über das „Geheimnis der billigen Butter“. Es findet sich hier nämlich der — übrigens interessante — I. Geschäftsbericht über die ersten Monate des Betriebes der „Einkaufsgenossenschaft der Bäckermeister in Zürich“ abgedruckt, aus dem sich ergibt, daß in einem Jahr bereits ein Umsatz von Fr. 315,000 erzielt worden ist. Die einzelnen Waren sind nach Quantum und Preis aufgeführt. Wer nun weiß, welch wichtige Rolle im Bäckereibetriebe heute die Verwendung von „Margarine“ spielt, ist erstaunt, zu sehen, daß die Züricher Bäckermeister diesen Artikel, der doch beim Engroseinkauf auch etwas billiger zu stehen kommt, nicht genossenschaftlich beziehen, wohl aber 17,600 Kilo Butter im Werte von Fr. 27,550. Nun ist bekannt, daß Naturbutter, die schon lange vor Inkrafttreten des Lebensmittelgesetzes, auch in Zürich, allein Anspruch auf die Bezeichnung „Butter“ erheben darf, auch en gros unter Fr. 2.20 pro Kilo nie geliefert werden kann oder konnte. Darum muß man die Züricher Bäckermeister um diese billige Bezugsquelle beneiden und wird bestrebt sein, dieses Geheimnis zu enthüllen. Sollte nun nicht etwa des Räsels Lösung darin zu finden sein, daß diese Butter eben keine Butter, sondern eben nur „Margarine“ ist?

Die Antwort dürfte nicht schwer sein: Wir sind nun weit entfernt davon, anzunehmen, daß dieser falschen Bezeichnung in einer öffentlichen Ankündigung unlautere Absichten zu Grunde liegen, sondern daß diese Bezeichnung sich von früher her bei den Bäckern so eingelebt hat, daß sie, auch als sie an Stelle des Naturprodukts das Surrogat verwendeten, aus lauter Anhänglichkeit an die alten Bezeichnungen sich nicht zu einer Aenderung derselben entschließen konnten.

Wenn wir aber, wie die Bäckerzeitung von den Konsumvereinen, von unseren Nebenmenschen nur das Schlechteste denken wollten, könnte man auch eine andere Meinung vertreten. Der Bäckerzeitung möchten wir den Rat erteilen, in Zukunft etwas weniger vorschnell den Konsumvereinen unlauteres Geschäftsgebahren vorzuhalten und nicht da Geheimnisse enthüllen zu wollen, wo keine sind.

Aus der Praxis.

Warenkontrolle im Magazin. Auf die unter obigem Titel in Nr. 38 des Schweiz. Konsumverein gestellte Frage sei nachstehende Antwort gestattet:

Bei einem derartig großen Betriebe wird es dem Verwalter des betreffenden Vereins kaum möglich sein, täglich das ganze Warenskontro zu durchgehen, sondern er wird sich mehr oder weniger auf den Magaziner verlassen müssen. Derselbe hat ja die Warenbestände täglich vor Augen, so daß es ihm ein Leichtes ist, schnell die zur Neige gegangenen Artikel zu notieren und dem Verwalter zur Bestellung vorzulegen.

Anders verhält sich die Sache, wenn ein spezieller Angestellter nur für das Warenskontro da ist!

Was den zweiten Teil der Anfrage anbetrifft, so sei darauf hingewiesen, daß das Kartensystem bei einem derartig vielseitigen Lager der Buchform unbedingt vorzuziehen ist. Mit Karten läßt sich ein Warenlager alphabetisch und gruppenweise so ordnen, wie dies in Buchform nie möglich sein wird.

Die Abteilung Auskunft des Verbands ist gerne bereit, mit Schema und weiterer Auskunft an die Hand zu gehen.

R. G.



Aus unserer Bewegung.

Kreiskonferenz X. (K.-Korr. aus Baden.) Konferenzbericht. In seinem Referat, Eigenpackung und Eigenproduktion, betonte Herr Schwarz die große Reklame, welche mit der Verpackung gemacht wird, die aber die Konsumenten bezahlen müssen. Es werden auch Vorschriften gemacht, wie die Waren abgegeben werden müssen, was für die Konsumvereine nicht anzuraten sei. Darum will der Verband zu eigener Verpackung schreiten. Die Artikel müssen den Namen des Verbandes tragen. Sind wir vom Fabrikanten abhängig, müssen wir die Waren teurer bezahlen. Bei der Selbstpackung haben wir dagegen die Fabrikanten in der Hand und können die Waren billiger abgeben. Jedoch können wir die eigene Packung nicht ausführen, so lange die Vereine an fremden Marken hängen. Das Ladenpersonal muß instruiert werden, daß es die Marken des Verbandes empfiehlt. Wenn der Verband mit der Eigenproduktion vorwärts machen müsse, so müsse er auch bei den Vereinen die nötige Unterstützung für die Eigenpackung finden, denn die Eigenpackung sei die Vorbedingung für die Eigenproduktion.

Herr Dr. Schär behandelt die Geschäftsreisendenfrage. Er wies nach, daß diese Herren über den Verband und seine Glieder „taub“ seien, weil ihnen ein Arbeitsfeld, das sie abweideten, durch den Verband etwas beschnitten worden sei. In dem Unmut hierüber sei der Grund zu suchen für die bekannte Eingabe der Geschäftsreisenden gegen die Bundesbeamten. Die Abwehrbewegung der Konsumvereine sei auf den freien Willen der Verbandsvereine zurückzuführen. Eine Pression wolle der Verband hier nicht ausüben, wenn er auch diese Selbsthilfe der Verbandsvereine nicht ungern sehe. Die Vereine könnten ganz wohl auf den Empfang von Geschäftsreisenden verzichten, da sie auch ohne diese durch den Verband Waren beziehen können. Die Liste der Verbandsvereine, welche die Besuche der Reisenden sich verbeten hätten, würde immer größer. Wenn hier die Konsumvereine sich tüchtig zur Wehr setzen, so werden sich alle Gegner hüten, uns in gleicher Weise wie die Geschäftsreisenden zu nahe zu treten.

Im „Verschiedenen“ bringt Herr Küng, Gebenstorf, die Mehlfrage zur Sprache. Er findet, der Verband sollte da helfen, daß auch kleinere Vereine billigeres Mehl erhalten.

Herr Schwarz stellt da in Aussicht, die Mehlfrage sei in ein ganz neues Stadium getreten. Der Verband kann heute auch Schweizermehl zu vorteilhaften Preisen vermitteln.

Auch die hohen Rückvergütungen in einigen Vereinen werden wieder gerügt und ein Krebsschaden genannt. Aber der Verband kann nichts machen. Jeder Verein ist souverän; der Verband kann nur raten, aber keinen Zwang ausüben. „Jeder ist sich selbst der Nächste“ und kein Verein nimmt Rücksicht auf den nahen Bruder. Herr Schwarz empfiehlt Arrangierung einer Versammlung des Verkaufspersonals der Vereine des Kreises mit einem Vortrag eines Verbandsbeamten; im Kreise Luzern habe man gute Erfahrungen in dieser Hinsicht gemacht, welche Anregung Herr Küng begrüßt. — Die nächste separate Konferenz unseres Kreises findet in Bremgarten statt, was dessen Vertreter, Herrn Glarner, freut.

Baden. (K.-Korr.) Die letzten Samstag stattgefundene außerordentliche Generalversammlung des Konsumvereins genehmigte den Antrag des Vorstandes auf Erstellung

einer neuen Bäckerei. Der Platz hiefür, den der gute Stern dem Vorstand gewiesen, befindet sich zwischen dem bestehenden Bäckereigebäude und den neuen Waschhäusern an Stelle des Holzschopfes und mit Einbezug eines Teiles des Magazins. Es sind zwei Einschicht-Backofen vorgesehen nebst allen modernen maschinellen und hygienischen Einrichtungen, wie sie heutzutage an eine Bäckerei gestellt werden. Die Versammlung fand mit dem Vorstand, daß der Bau eines zweiten Ofens in der jetzigen Bäckerei doch nur ein Flickwerk wäre und nur ein Neubau eine rationelle Lösung unserer seit Jahren pendenten Bäckereifrage sei, umsomehr als derselbe auf eigenem Grund und Boden erstellt werden kann. Es wäre dem Vorstand sehr angenehm gewesen, wenn im Punkte „Bauangelegenheit" eine längere Pause eingetreten wäre, allein es gilt einen gordischen Knoten zu lösen und dieser Operation, wenn sie auch Geld kostet, konnte nicht aus dem Wege gegangen werden. —

Nach der Versammlung führte Herr Verbandssekretär U. Meyer eine Anzahl Lichtbilder vor, dieselben erklärend, darunter Genossenschaftsbäckereien von Verbandsvereinen, nebst andern Genossenschaftsanstalten des In- und Auslandes. Auch das neue „Kunstgütli" in Baden mußte Revue passieren. Dasselbe soll in einer der nächsten Nummern unserer Genossenschaftspresse den Lesern in effigie, d. h. im Bilde vorgeführt werden, wozu der „Kanzler" eine kurze Biographie des jüngsten Kindes der Badener Konsumgenossenschaft liefern wird.

Baden. (K.-Korr.) Am Montag wurden unsere Mitglieder durch die Publikation sicher angenehm überrascht, daß der Konsumverein den Brotpreis um 5 Rappen pro Laib reduziert habe. Der Preis stellt sich also: 2 Kilo Weißbrot 75 Cts., 2 Kilo Ruchbrot 65 Cts. Jetzt werden die Stücke für die Kinder wieder etwas größer werden.

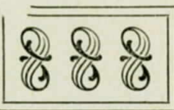
„Gute Beispiele sind ansteckend." Tags darauf kündete der Bäckerverein einen Brotabschlag von 5 Cts. per Laib an; der Konsumverein ist aber 5 Cts. billiger. Immerhin hat man es dem Konsumverein zu verdanken, daß der Abschlag erfolgt ist. Ohne sein Vorgehen wären die Bäcker kaum so schnell für einen Abschlag zu haben gewesen.

Sevelen. Die Konsumgenossenschaft Sevelen hat in der Generalversammlung vom 3. Oktober die Erwerbung einer eigenen Liegenschaft um den Preis von Fr. 18,000 beschlossen.

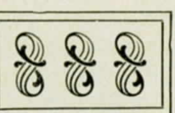
Mollis. B. Unser dortiger Verbandsverein sendet uns einen handschriftlichen Rechnungsauszug nebst einigen brieflichen Mitteilungen über das Rechnungsjahr vom 1. August 1908 bis 31. Juli 1909. Wir entnehmen denselben zunächst, daß die Mitgliederzahl von 82 auf 86 und der Warenbezug derselben auf Fr. 24,135 gestiegen ist, also pro Mitglied durchschnittlich Fr. 287. 32 beträgt. An 118 Nichtmitglieder wurden für Fr. 42,427 Waren geliefert. Gesamtumsatz Fr. 72,000. Vom Verbande wurden für Fr. 12,156. 65 Waren bezogen. Die Bilanz weist in den Aktiven Fr. 3353.28 als Kassasaldo, Fr. 1434.28 als Bank- und Fr. 8775. 19 als Buchguthaben, Fr. 9467.92 als Warenvorräte, Fr. 1360. 94 diverse Nutzposten, in den Passiven an ausstehenden Zinsen und Rechnungen Fr.1535.68 und an Anteilscheinen und Mitgliederguthaben Fr. 13,283.55 auf. Der Fr. 5972. 38 betragende Ueberschuß wurde folgendermaßen verwendet: Fr. 1300 Einlage in den Baufonds, Fr. 2413 Rückvergütung von 10 % der Warenbezüge an die Mitglieder, Fr. 1463=8 % an die Nichtmitglieder und Fr. 795 Vortrag auf neue Rechnung. Das Mobiliar ist vollständig abgeschrieben, was der sonstigen Uebung nicht entspricht, indem man es gewöhnlich pro Memoria mit Fr. 1 in der Bilanz beläßt. Der Berichterstatter bemerkt:

„Wir wissen zum voraus, daß unser Buchguthaben — wovon übrigens vorsorglich Fr. 3500 abgeschrieben werden — als ganz hoch bezeichnet werden muß. Die Kommission wird jedoch dafür sorgen, daß sich dasselbe allmählich vermindert. Im übrigen ist unser Verein nicht zu den schlechtest situierten zu zählen, wenn man die Leistungen im ganzen genommen vergleicht. Die schon längst ersehnte Barzahlung ist bei uns noch nicht in die Nähe gerückt, so lange in unserm Kanton noch so mancherorts die vierwöchentliche Bezahlung in den Geschäften existiert."

Aus der Rechnung ist ferner zu ersehen, daß der Verbandsverein in Mollis eine eigene Liegenschaft und einen Baureservefonds von Fr. 11,586 besitzt, welche Posten gar nicht in die Bilanz eingestellt wurden, ein Beweis, daß unser Verbandsverein seine Bilanz nicht „frisiert", um sich Kredit zu verschaffen.



Verbandsnachrichten.



Propaganda. Dem Wunsche, es möchte bei Gesuchen um Ueberlassung von Referenten für Lichtbildervorträge jeweilen das in Aussicht genommene Datum beigefügt werden, sind viele Vereine in anerkennenswerter Weise nachgekommen. Da der Verband nur zwei Projektionsapparate besitzt, können an einem und demselben Abend auch nur zwei Vorträge stattfinden. Bis jetzt ist Sonntag der 7. November doppelt belegt, so daß also auf jenen Tag keine Anmeldungen mehr entgegengenommen werden können.

* * *

Konferenz der mit der Vermittlung von Milch sich befassenden oder sich darum interessierenden Verbandsvereine. Diese von verschiedenen Seiten angeregte Konferenz findet nun definitiv

Sonntag den 21. Oktober 1909 in Luzern statt. Beginn vormittags 11 Uhr. Versammlungsort: Hotel Concordia, kleiner Saal.

Als Traktanden sind speziell zu erwähnen zwei Referate:

1. über „gemeinsames Vorgehen der Konsummolkereien beim Milcheinkauf, eventuell Zentralisierung des Milcheinkaufes". Referent: Herr Dr. Müller, Verwalter der Molkerei des A.C.V. in Luzern.
2. Die Milchvermittlung durch Konsumgenossenschaften. Der Name des Referenten wird später noch mitgeteilt werden.

* * *

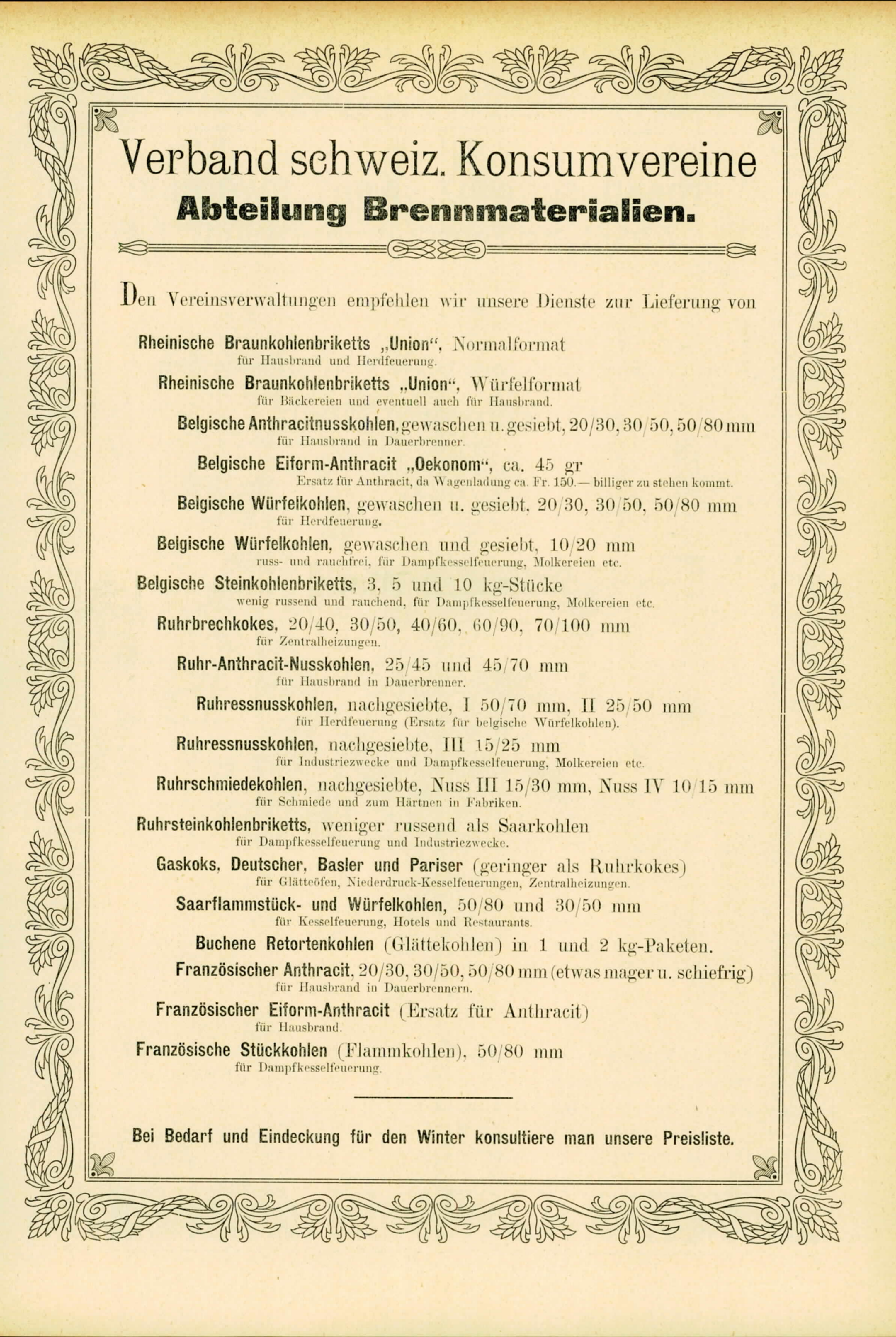
Neue Publikationen des Verbandes.

Soeben ist als Heft 7 der vom V. S. K. herausgegebenen genossenschaftlichen Volksbibliothek erschienen:

Dr. Karl Munding: Pflichten und Rechte der Genossenschaftsangestellten im Lichte der Genossenschaftsidee. 48 und 84 Seiten. Preis pro Einzelexemplar: im Buchhandel Fr. 2, für Verbandsvereine direkt beim V. S. K. bezogen Fr. 1.

Diese wertvolle Arbeit, die seinerzeit schon in etwas anderer Form im „Schweiz. Konsumverein" publiziert worden ist (Jahrgang 1906, pag. 413, 421, 429, 437), ist nun auch als Separatabdruck in Broschürenform herausgegeben worden, vermehrt um eine große Zahl (67) Anmerkungen, in denen die Quintessenz des Genossenschaftswesens vom ethischen und wissenschaftlichen Standpunkt aus zusammengefaßt ist. Der Titel könnte die Meinung aufkommen lassen, daß die Arbeit Mundings eine populäre Darstellung des zivilrechtlichen Arbeitsverhältnisses zwischen Genossenschaft und deren Angestellten bringe. Um Enttäuschungen zu vermeiden, machen wir darauf aufmerksam, daß dies nicht der Fall ist, sondern daß Munding uns hier eine von hohem Idealismus getragene, begeisterte philosophisch-ethische Studie gibt, die wir als das „hohe Lied" der Genossenschaft bezeichnen und allen Personen ohne Unterschied der Partei und der Konfession, die ein soziales Gewissen haben, zum Studium empfehlen möchten. Wir werden später noch eingehender auf dieses Dokument zurückkommen.

Verantwortlich für die Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine. — Verantwortliche Redaktion: Dr. Oskar Schär.



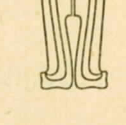
Verband schweiz. Konsumvereine
Abteilung Brennmaterialien.
Den Vereinsverwaltungen empfehlen wir unsere Dienste zur Lieferung von
Rheinische Braunkohlenbriketts „Union“, Normalformat
für Hausbrand und Herdfeuerung.
Rheinische Braunkohlenbriketts „Union“, Würfelformat
für Bäckereien und eventuell auch für Hausbrand.
Belgische Anthracitnusskohlen, gewaschen u. gesiebt, 20/30, 30/50, 50/80 mm
für Hausbrand in Dauerbrenner.
Belgische Eiform-Anthracit „Oekonom“, ca. 45 gr
Ersatz für Anthracit, da Wagenladung ca. Fr. 150.— billiger zu stehen kommt.
Belgische Würfelkohlen, gewaschen u. gesiebt, 20/30, 30/50, 50/80 mm
für Herdfeuerung.
Belgische Würfelkohlen, gewaschen und gesiebt, 10/20 mm
russ- und rauchfrei, für Dampfkesselfeuerung, Molkereien etc.
Belgische Steinkohlenbriketts, 3, 5 und 10 kg-Stücke
wenig russend und rauchend, für Dampfkesselfeuerung, Molkereien etc.
Ruhrbrechkokes, 20/40, 30/50, 40/60, 60/90, 70/100 mm
für Zentralheizungen.
Ruhr-Anthracit-Nusskohlen, 25/45 und 45/70 mm
für Hausbrand in Dauerbrenner.
Ruhressnusskohlen, nachgesiebte, I 50/70 mm, II 25/50 mm
für Herdfeuerung (Ersatz für belgische Würfelkohlen).
Ruhressnusskohlen, nachgesiebte, III 15/25 mm
für Industriezwecke und Dampfkesselfeuerung, Molkereien etc.
Ruhrschmiedekohlen, nachgesiebte, Nuss III 15/30 mm, Nuss IV 10/15 mm
für Schmiede und zum Härtnen in Fabriken.
Ruhrsteinkohlenbriketts, weniger russend als Saarkohlen
für Dampfkesselfeuerung und Industriezwecke.
Gaskoks, Deutscher, Basler und Pariser (geringer als Ruhrkokes)
für Glätteöfen, Niederdruck-Kesselfeuerungen, Zentralheizungen.
Saarflammstück- und Würfelkohlen, 50/80 und 30/50 mm
für Kesselfeuerung, Hotels und Restaurants.
Buchene Retortenkohlen (Glättekohlen) in 1 und 2 kg-Paketen.
Französischer Anthracit, 20/30, 30/50, 50/80 mm (etwas mager u. schiefrig)
für Hausbrand in Dauerbrennern.
Französischer Eiform-Anthracit (Ersatz für Anthracit)
für Hausbrand.
Französische Stückkohlen (Flammkohlen), 50/80 mm
für Dampfkesselfeuerung.
Bei Bedarf und Eindeckung für den Winter konsultiere man unsere Preisliste.

Verband schweiz. Konsumvereine

Abteilung Fabrikationsartikel.

Jeder gute Genossenschafter gibt bei seinen Einkäufen den **Vorzug** den Produkten des **Verbands schweiz. Konsumvereine.**

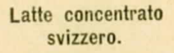
Kondensierte Milch.



Bereitet aus reinster Milch der Alpenkühe enthält sie nur einen kleinen Zusatz feinsten Zuckers. Sie eignet sich für alle Zwecke des Haushaltes und empfiehlt sich bestens als Kindernahrung.

Gebrauch. Die Büchse kann leicht mit einem Messer geöffnet werden. Für den gewöhnlichen Gebrauch nimmt man 1 Teil Milch auf 4—5 Teile Wasser, für Kinder 7—10 Teile.

Für Tee, Kaffee, Schokolade, braucht die Milch vorher nicht aufgelöst zu werden



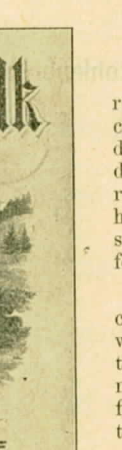
Latte concentrato svizzero.

Preparato col puro latte di vacca delle Alpi, non contiene che una piccola parte di zucchero. — Si raccommanda per tutti gli usi di cucina, ma in modo speciale per i bambini.

Modo di servirsene. La scatola si apre facilmente per mezzo di un coltello. Per l'uso ordinario si prenda 1 parte di latte sopra 4 a 5 parti di acqua, per i bambini 7 a 10 parti.

Per il thé, il caffé e la cioccolata, non è necessario di sciogliere prima il latte.





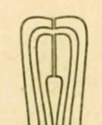
Swiss Condensed Milk.

Preparation of purest Milk of Alpine cows only small addition of finest powdered sugar. Highly recommanded for all housekeeping purposes. Best qualified food for children.

Instructions. The box can easely be opened with a knife. When taken pur mix $^1/_5$ of milk with $^4/_5$ of water, for children mix 7 to 10.

For tea, coffee, chocolate it isn't necessary to dissolve the milk before.

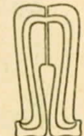
Lait concentré suisse.



Préparé de pur lait de vache des alpes, il ne contient qu'une petite partie de sucre. — Se recommande pour tous les usages culinaires, mais surtout pour les enfants en bas âge.

Emploi. La boite s'ouvre facilement au moyen d'un couteau. Pour l'usage ordinaire prendre 1 partie de lait sur 4 à 5 parties d'eau, pour enfants 7 à 10 parties.

Pour thé, café, chocolat, il n'est pas nécessaire de dissoudre le lait d'avance



Die **kondensierte Milch** des Verbands schweizerischer Konsumvereine ist den besten Konkurrenzprodukten nicht nur **ebenbürtig**, sondern stellt sich auch **vorteilhafter** im Preise.

Die tit. Vereinsverwaltungen werden ersucht, ihre Mitglieder auf dieses Produkt aufmerksam zu machen.

Verantwortlich für den Druck: G. Krebs in Basel.